基于语料库的中国媒体气候变化新闻话语分析研究

涂志乐，王伟
武汉工程大学外语学院，湖北武汉，中国

【摘要】气候变化是21世纪全球关注的核心议题，媒体在塑造公众认知与引导国际舆论中扮演关键角色。本研究以《中国日报》2025年1月至8月发布的374篇气候变化新闻报道为语料，基于自建专用语料库，结合语料库语言学与系统功能语法（SFL），从概念、人际和语篇三个元功能维度出发，深入分析其话语策略与国家形象建构。研究结果显示：在概念功能层面，报道高频使用“promote”“achieve”“reduce”等积极行动动词，通过及物性系统将中国相关机构塑造为“动作者”，构建中国作为全球气候治理“积极推动者”的形象；在人际功能层面，通过高值情态词“will”传递承诺与确定性，中值情态词“should”体现协商与共识，高值情态词“must”强调紧迫性与共同责任，形成既坚定又包容的话语姿态；在语篇功能层面，采用“机构主位”“目标前置”和“数据支撑”等主位策略，增强话语的权威性、目的性和说服力。本研究在方法论上实现了语料库量化分析与SFL质性阐释的结合，在理论上补充了中国英文媒体气候新闻话语研究上的不足，实践上为中国对外传播策略提供了语言学的实证支持。

【关键词】语料库语言学；系统功能语法；气候变化新闻；话语分析
【基金项目】本论文得到武汉工程大学研究生创新基金资助，项目编号为：CX202551

1.引言

气候变化作为21世纪最受关注的全球性议题之一，不仅是科学问题，更是政治、经济和社会问题的复杂交织。从批评话语分析视角看，语言并非透明媒介，任何“事实”描述都要经过特定话语实践筛选构建[1]，所以媒体在塑造公众对气候变化的认知、影响政策制定以及引导国际舆论方面发挥着至关重要的作用[2]。《中国日报》作为中国最具权威性对外传播英文媒体,其核心职能是让世界了解中国，在此使命下它对台风暴雨极端气温等气象事件报道超越单纯信息告知功能，成为塑造国际社会对中国国家治理能力、社会韧性与人民精神面貌认知的重要叙事实践，因此系统剖析《中国日报》气候变化话语特征有重要理论与现实意义，目前国内外学界已有从新闻学传播学角度对气候状况开展的研究，有的探讨媒体气候变迁框架[3]，有的聚焦预警信息传播效能[4]，语言学领域虽有运用系统功能语法分析新闻语篇[5]或利用大型语料库分析媒体话语[6]的研究，但将二者紧密结合针对“气候变化新闻”特定子体裁尤其是中国对外英文媒体中气候类新闻进行精细化数据驱动话语分析研究还比较缺乏。

本研究的目的是填补这方面的空白，通过自己建立专用的语料库，综合运用语料库工具AntConc的量化分析能力，想要回答下面这些问题：1.《中国日报》气候变化报道如何通过及物性系统建构气候议题的经验世界?2.报道如何运用情态和评价资源构建媒体与国际读者间的人际关系?3.通过怎样的主位结构和信息管理策略实现特定语篇功能与国家形象构建效果?

2.文献综述

2.1 系统功能语法与话语分析

系统功能语法（SFL）是由Halliday所提出的，它的核心观点是认为语言属于社会符号系统，具备三大元功能，这为话语分析提供了强大理论武器[7]。概念功能借助及物性系统来分析小句再现经验的方式，涉及物质、心理、关系、行为、言语、存在六种过程类型，其参与者与环境成分的配置直接反映话语建构方式[8]。比如选择把自然灾害当作“动作者”而非“现象”，就赋予了它主动性和破坏性。人际功能通过语气（陈述、疑问、祈使）、情态（概率、频率、义务、意愿）和评价系统（态度、介入、级差）来协商社会关系。Martin & White[9]的评价理论（Appraisal Theory）极大发展了SFL的人际功能框架，尤其关注语言表达态度（情感、判断、鉴赏）、控制声音来源（介入）以及调节情感强度（级差）的方式。在新闻话语里，情态值的高低和评价资源的分布是探测媒体立场和情感倾向的关键。最后，语篇功能通过主位结构（主位+述位）和信息

结构（已知信息+新信息）来组织信息，让其在上下文中保持连贯。主位的选择尤其是篇章主位和人际主位的使用，能够引导读者关注特定出发点，进而影响语篇的解读路径。

2.2 语料库语言学与话语研究的结合

语料库语言学为话语分析带来了方法论上的革命。它基于大规模的真实语料，通过频率、关键词、搭配、语义韵等量化手段，揭示语言使用的反复模式和规律，从而避免研究者主观臆断[10]。有学者指出，反复出现的词项搭配模式能形成“语义韵”，暗示某种隐蔽的态度意义[11]。例如，“爆发”常与“冲突”、“疾病”等消极词搭配，形成消极的语义韵。将语料库方法与 SFL 结合，形成了“语料库辅助的批评话语分析”（Corpus-assisted CDA）[12]。这种结合允许研究者从宏观的语料库数据中发现异常模式（如高频词、关键词），再回到具体的索引行进行微观的 SFL 分析，实现从“量化模式”到“质性解读”的循环，使话语分析结论更具说服力和可验证性。

2.3 气候类新闻与媒体话语的相关研究

以往研究多关注媒体对气候变化的框架建构[13]。从语言学角度切入的研究相对较少，且多集中于中文媒体或单一维度分析。例如，有学者研究了生态位视阈下中美广告话语的态度资源对比[14]，或对灾害新闻的隐喻框架进行研究[15]。

然而，现有研究仍存在一些不足：首先，针对中国英文媒体气候变化报道的系统性研究较少；其次，研究方法上，语料库方法与功能语言学理论的结合还不够深入；第三，缺乏对多模态气候话语的关注；第四，对气候变化话语的生产、传播和接收全过程的整体性研究不足。

3.研究设计

3.1 语料库构建

本研究采用“专用语料库”（specialized corpus）建设方法。语料来源为《中国日报》官方网站（www.chinadaily.com.cn）。通过其站内搜索功能，以“climate change”为关键词，检索 2025 年 1 月至 2025 年 8 月期间发布的报道。经过严格筛选，剔除重复、内容不相关及短讯，最终获得 374 篇符合要求的完整新闻报道文本，总形符数为 434070，类符为 21211（如图 1）。所有文本经人工清洗，去除记者姓名、图片说明等无关信息，统一保存为 UTF-8 编码的纯文本文件，并按“2025.0X.XX+新闻名 txt”格式命名，以确保其在 AntConc 中的正确读取与分析。

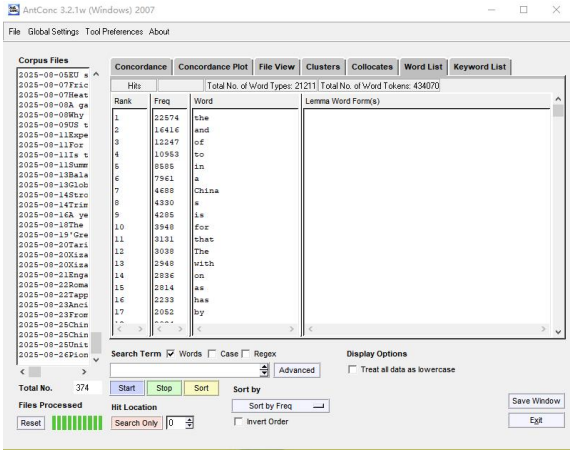


图 1.形符与类符展示

3.2 分析工具与方法

本研究核心工具为 Laurence Anthony 开发的语料库分析软件 AntConc (版本 3.2.1)。具体分析步骤参考表 1。

表 1.具体分析步骤

词表生成	使用 Word List 功能获取语料库总体词频列表，初步把握核心词汇。
关键词提取	使用 Keyword List 功能，以 COCA(Corpus of Contemporary American English)作为参照语料库，提取《中国日报》气象报道的显著关键词（LL 值>6.63，p<0.01），锁定其特征性词汇。
索引行分析	对筛选出的高频动词、情态动词、关键词进行 Concordance 分析，随机抽取 100-150 条索引行进行仔细观察，归类其语法和语义模式。
搭配计算	使用 Collocates 功能，以目标词为节点（Node Word），设定跨距（Span）为 L4-R4，采用互信息（MI）值（>3）与 T 值相结合的方式，计算显著搭配词，揭示其语义韵和典型结构。
SFL 整合分析	将上述量化结果作为出发点，对典型索引行进行及物性过程划分、情态值判定、评价资源识别和主位结构分析，完成从数据到理论的阐释。

4.结果与分析

4.1 概念功能：及物性系统与经验世界的构建

通过 AntConc 词表分析发现，气候变化报道中的高频动词呈现出明显特征。“promote”

（407 次）、“achieve”（279 次）、“reduce”（277 次）、“commit”（89 次）等表示积极行动的动词频率显著较高，而“cause”（81 次）、“lead to”（180 次）、“result in”（50 次）等表示因果关系的动词也占据重要位置。

对“promote”的索引行分析显示（见图 2），该词主要出现在以下及物性过程中：

物质过程：

“It promotes moderate grain processing standards, higher yield rates for grain and oil”

It (Actor) | promotes (Material Process)|moderate grain processing standards, higher yield rates for grain and oil(Goal).

这个句子构建了一个积极的、主动的行动者形象（It）。这个行动者正在推动两项具体且有益的目标：一是更“适度”的加工标准（隐含了反对过度加工、提倡节约和可持续发展的价值观），二是更“高”的产出率（隐含了提高效率、减少浪费的积极评价）。以此传递了经验意义：某个实体正在采取有效措施，以促进粮食产业的节约和高效发展。

关系过程：

“China is determined to promote regional integration and global economic growth.”

China(Carrier)|is(Relational Process)|determined to promote(Attribute)/to promote(Embedded Material Process)|regional integration and global economic growth(Goal).

通过使用关系过程，此句子将“决心”（determined）直接塑造为中国固有的、内在的属性，而不仅仅是一个暂时的行为。这比直接说“China promotes...”更能体现一种坚定不移的国家意志和长期承诺。同时，内嵌的物质过程（to promote）则清晰地指明了这种决心的具体行动方向（促进区域一体化和全球经济增长）。这两个过程的结合，共同构建了一个既富有坚定决心又有明确积极目标的国家形象。

在这些结构中，中国相关机构、部门或企业常作为“动作者”（Actor）出现，而绿色低碳发展、国际合作、技术创新等作为“目标”(Goal)。这类及物性结构构建出中国作为倡导者和推动者的积极形象。

对“promote”的搭配分析发现（见图 3），其常见搭配词包括“development”（43 次）、“cooperation”（48 次）、“growth”(14 次)、“green”(15 次)等。例如：

“The Belt and Road Initiative also **promotes cooperation** in fields such as energy, finance and culture”

这种搭配结构进一步强化了中国在推动绿色发展方面的政策导向和国际角色。

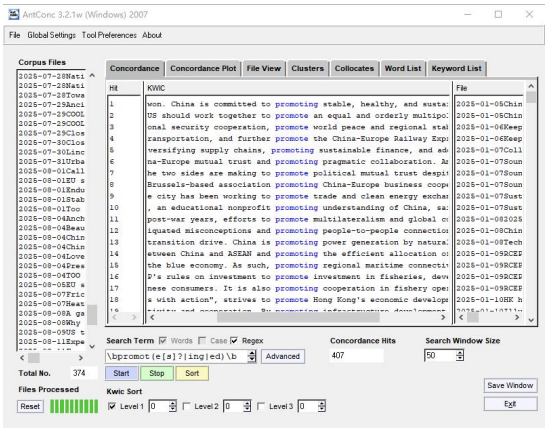


图 2.promote 索引

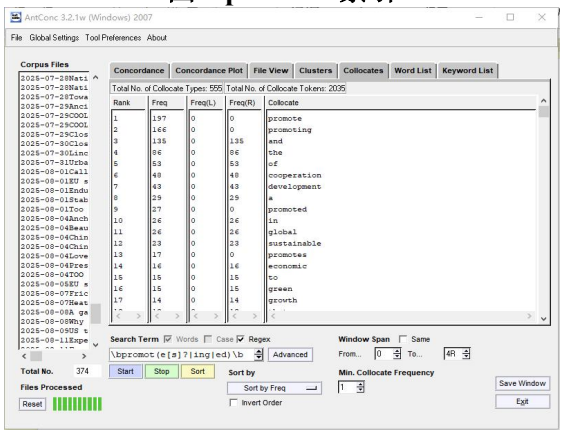


图 3.promote 搭配

4.2 人际功能：情态与评价资源

情态分析显示，气候变化报道中 “will”（1117 次）、“should”（475 次）、“must”（327 次）、等高值情态词使用频率较高。这些情态词的使用体现了两个方面的功能：

1. “will”(1117 次)-高值意态（意愿）：构建确定性、承诺与可靠形象（索引见图 4）

“will”作为高值情态动词，主要表达意愿和确定性。话语效果：当主语是“中国”或中国相关机构时，will 用来表达一种坚定的国家承诺和未来行动的高度确定性。例如:“China will continue to pursue high-quality development and high-level opening-up for the good of all.”这并非一个简单的预测，而是一个郑重的承诺，旨在向国际社会传递中国减排目标的可靠性和不可动摇性，构建中国作为“负责任、守信用”的大国形象。另外，“will”也被用于描绘在采取行动后必将实现的积极未来，如:“I believe it will be a good year for China.”这种用法起到安抚和鼓舞受众的作用，减轻人们对气候变化的焦虑，并赋予其信心，即行动是有效的，未来

是光明的。

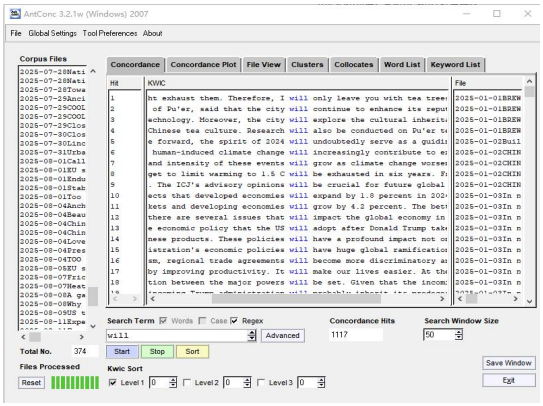


图 4.will 索引

通过大量使用 will，媒体扮演了一个坚定、可靠的信息权威角色，它不是在试探或猜测，而是在宣告和承诺。这与吴让越、赵小晶[16]所指出的“和谐话语体系”对外传播中构建可信度的策略一致。

2. “should”(475 次)-中值意态（义务）：构建协商性、共识与包容姿态（索引见图 5）

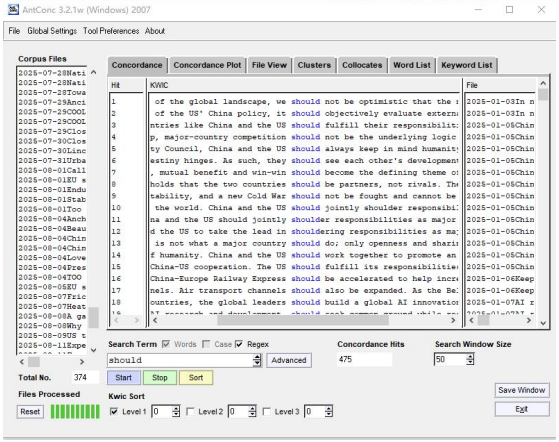


图 5.should 索引

“should”是表达义务的中值情态词，语气比 must 更弱，带有建议、期望和协商的意味。话语效果：

“should”常被用来表达中国的政策主张和对国际合作的期望，但以一种相对柔和、非强制的口吻提出。例如:“Developed countries should shoulder more historical responsibilities.”这是一种策略性的选择，既明确表达了立场，又留下了协商的空间，避免了被视为“强硬”或“说教”，体现了对外话语的技巧性。同时，中值情态降低了对话的对抗性，营造了一种协商和共建的话语氛围。它暗示“这是我们认为正确且有益的路径，我们愿意与大家探讨”，从而更容易被国际受众所接受，有助于构建中国“包容”、“理性”的国际形象。

“should”的高频使用表明，《中国日报》并非一味地强加观点，而是注重构建共识。媒体扮演了一个“建言者”和“合作者”的角色，通过相对平等的语气与国际读者进行互动和协商。

3. “must”(327 次)-高值意态（义务）：构建紧迫性、共同责任与道义权威（索引见图 6）

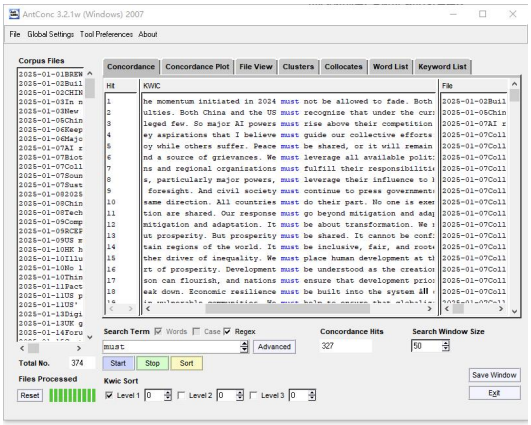


图 6.must 索引

must 是表达义务的高值情态词，具有强烈的强制性和必要性色彩。话语效果是：

“must”常用于强调应对气候变化的紧迫感和不容置疑性。例如:“it must be as continuous as the rising seas and as consistent as the warming atmosphere.”这指出了一条唯一的、必须遵循的道路，将气候变化应对框定为一种紧迫的全球性义务。不仅如此，当主语是“we”、“all countries”、“the international community”时，must 的作用是呼吁和动员。它不再仅仅是中国的单方面承诺，而是将所有国家（尤其是发达国家）置于同等的责任框架下，例如:“we must act now.”这构建了一种休戚与共的全球共同体关系，暗示任何国家都无法置身事外。

使用 must 使得媒体占据了道义制高点，扮演了一个“警示者”和“呼吁者”的角色。它通过高值的义务性情态，将中国的立场与全球普遍的道德责任绑定，从而增强其话语的说服力和正当性。

4.3 语篇功能：主位选择与信息管理

主位（Theme）作为小句的出发点，承担着设置话题、构建语境的重要功能，而信息结构则通过新旧信息的安排来实现信息的有效传递。通过对语料的分析，本文发现《中国日报》的气候变化报道在主位选择和信息管理方面呈现出显著的特征，这些特征共同服务于其对外传播的话语策略。

机构主位化：

报道频繁将政府机构、科研单位等权威主体置于主位位置，形成"机构主位+言语过程"的典型模式。例如：

“The government||has also hiked the insurance coverage for high-altitude workers.”

“China||has accumulated a wealth of expertise in renewable energy technologies”

这种主位选择策略通过权威机构的引领作用，增强了话语的客观性和可信度，与何伟和李淑晶[17]提出的“国际生态话语分析模式”中强调机构话语权的观点相契合。机构主位的频繁使用构建了一个以专业机构为信息来源的权威话语体系，使读者在接触信息之初就建立起对内容的信任。

目标前置化：

报道常将行动目标、政策目的等成分置于句首，形成标记性主位结构。例如：

“To pursue a greener model of agricultural modernization,||ecologically sustainable farming methods must also be economically viable for farmers.”

“For this reason, ||countries such as China will have to race to add assets from their digital assets that contribute to the overall definition of its GDP.”

这种结构通过将目标前景化，突出了中国气候行动的战略性和目的性，引导读者关注行动背后的深远考量，而非仅仅是行动本身。

数据支撑化：

报道善于引用权威数据和研究报告作为信息起点，构建基于证据的话语模式。例如：

“According to statistics from the Xishuangbanna Tropical Botanical Garden of the Chinese Academy of Sciences, the Jingmai Mountain ancient tea forests are home to 943 species of seed plants, 187 species of terrestrial vertebrates and 134 bird species, all playing crucial roles in pollination, nutrient cycling and pest control in the ancient tea forests”

“Based on this discovery, the team proposed a "non-equilibrium theory framework" for ecosystems, significantly influencing global carbon cycle research. Carbon emission rights have always drawn significant international attention.”

这种数据支撑的主位选择不仅增强了话语的可信度，还通过引用国际权威机构的数据，巧妙地实现了“用数据讲述中国故事”的话语效果，增强了对外传播的说服力。

5.结语

本研究基于自建专用语料库，综合运用语料库语言学与系统功能语法（SFL）的分析方法，对《中国日报》2025 年 1 月至 8 月期间的气候变化新闻报道进行了多层次的话语分析。通过对其概念功能、人际功能和语篇功能的系统考察，揭示了该媒体在构建气候议题时所采用的话语策略及其背后的国家形象建构倾向。

研究发现，在概念功能层面，报道通过高频使用如“promote” “achieve” “reduce”等积极行动动词，以及将中国相关机构置于“动作者”角色的及物性结构，成功构建了中国作为全球气候治理的“积极推动者”和“负责任大国”的形象。这种经验世界的再现方式，不仅强调了中国在气候行动中的主动性与成效，也隐含了对可持续发展价值观的倡导；在人际功能层面，情态系统的高频使用（如“will” “should” “must”）体现了媒体在构建与国际读者关系时的复杂策略：通过高值情态词“will”传递坚定承诺与可靠性，通过中值情态词“should”体现协商与共识，通过高值义务性情态词“must”强调紧迫性与共同责任。这种情态资源的混合使用，既展现了中国在气候问题上的领导力，又体现了其注重国际合作与对话的包容姿态；在语篇功能层面，主位结构的选择凸显了报道的信息管理策略：通过“机构主位”增强权威性与可信度，通过“目标前置”突出战略性与目的性，通过“数据支撑”提升说服力与客观性。这些策略共同服务于《中国日报》作为对外传播媒体的使命，即在传递信息的同时，塑造正面的国家形象并引导国际舆论。

本研究在理论和方法上具有一定的创新性：一方面，将语料库量化分析与 SFL 质性分析相结合，实现了从数据驱动到理论阐释的闭环；另一方面，聚焦中国英文媒体这一特定话语场域，填补了现有研究在子体裁和语种方面的空白。然而，本研究仍存在若干局限：首先，语料时间跨度较短，未能反映长期话语演变；其次，未涉及多模态资源（如图片、视频）的分析；第三，未考察读者接收与反馈的实际效果。未来研究可进一步拓展语料范围，引入多模态话语分析，并结合受众研究，以更全面地揭示气候变化话语的生产、传播与接受全过程。

综上所述，《中国日报》通过精心构建的话语策略，不仅在信息层面报道气候事件，更在价值层面传递了中国的气候治理理念与国际责任意识，为中国在全球气候话语体系中争取话语权提供了有力的语言支持。

参考文献

[1]FAIRCLOUGH N. Critical discourse analysis: the critical study of language [M].London: Longman, 1995.
[2]李庆明，吴华.费氏三维分析模型视角下英语新闻语篇的批评性话语分析——以《纽约时报》官方网站关于中国反腐报道为例[J].重庆交通大学学报（社会科学版），2019，19（03）：126-132.
[3]黄铃媚，刘大华，邓安纯.“心理距离感”与台湾平面媒体之全球气候变迁论述策略[J].国际新闻界，2012，34（10）：50-58.
[4]王雷.全媒体视域下极端气象灾害舆论引导的经验启示——以超强台风“摩羯”报道为例[J].中国广播电视学刊，2025（06）：126-129.
[5]刘国兵，张孝莲.中国媒体“一带一路”倡议报道中的态度资源分析——以《中国日报》为例[J].西安外国语大学学报，2020，28（02）：15-21.
[6]唐丽萍，朱田田，杨丽芳.美国大报中的中国经济崛起形象研究——基于语料库的及物性视角“中国对 X 做什么”[J].外语教学理论与实践，2024（06）：20-33.
[7]HALLIDAY M A K, MATTHIESSEN C M I M. An introduction to functional grammar [M]. 3rd ed. London: Routledge, 2004.
[8]FOWLER R. Language in the news: discourse and ideology in the press [M]. London: Routledge, 1991.
[9]MARTIN J R, WHITE P R R. The language of evaluation: appraisal in English [M]. New York: Palgrave Macmillan, 2005.
[10]BAKER P, GABRIELATOS C, KHOSRAVINIK M, et al. A useful methodological synergy ? Combining critical discourse analysis and corpus linguistics to examine discourses of refugees and asylum seekers in the UK press [J]. Discourse & Society, 2008, 19(3): 273-306.
[11]STUBBS M. Text and corpus analysis: computer-assisted studies of language and culture [M]. Oxford: Blackwell, 1996.
[12]PARTINGTON A. Utterly content in each other’s company: semantic prosody and semantic preference [J]. International Journal of Corpus Linguistics, 2004, 9(1): 131-156.
[13]BOYKOFF M T. Who speaks for the climate？ Making sense of media reporting on climate change [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 2011.
[14]蒋婷，张慧.生态位视阈下中美广告话语的态度资源对比研究[J].现代外语，2021，44（01）：37-48.
[15]周福伟.自然灾害新闻报道中隐喻的认知功能分析[J].鄂州大学学报，2014，21（09）：55-56.
[16]吴让越，赵小晶.评价理论视域下的和谐话语体系对外传播研究[J].外语学刊，2022（02）：36-41.
[17]何伟，李淑晶. 新闻语类国际生态话语分析模式建构初探[J]. 外语导刊，2025，48（04）：44-54+130+158.